mediametrie

Levallois, le 31 juillet 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Juin 2007

58% des Français internautes

Plus de 30 millions d'internautes(1) en France

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Juin 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En juin 2007, 30 654 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 58,3% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés à Internet au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 12% en un an de juin 2006 à juin 2007.

	Juin 2007	Juin 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**30 654 000** **soit 58,3% des Français**	27 289 000 Soit 52,3% des Français	+ 12%

94% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Juin 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

23 397 000 internautes, soit plus de 94% des internautes à domicile (94,2%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 30% par rapport à juin 2006, soit une augmentation de 5 414 000 internautes en un an.

	Juin 2007	Juin 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**23 397 000** **soit 94,2% des internautes domicile**	17 983 000 Soit 88,1% des internautes domicile	+ 30%

Plus de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 2ème Trimestre 2007 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 2ème trimestre 2007, plus de 12 millions de foyers (46,6%) ont accès à Internet, contre 10,6 millions (41,6%) au 2ème trimestre 2006 soit une progression de 1 389 000 foyers (+13%) par rapport au 2ème trimestre 2006.

	2ème trimestre 2007	1er trimestre 2007	2er trimestre 2006
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**12 022 000** **soit 46,6 % des foyers**	11 776 000 soit 45,6 % des foyers	10 633 000 soit 41,6 % des foyers

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Juin 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	21 575 000
2	MSN/Windows Live	14 895 000
3	Orange	14 652 000
4	Free	14 012 000
5	PagesJaunes	11 081 000
6	Yahoo!	10 903 000
7	eBay	9 916 000
8	Microsoft	9 535 000
9	Voila	8 277 000
10	TF1 Network (5)	8 225 000
11	Mappy	8 083 000
12	Wikipedia	7 910 000
13	L Internaute Magazine	7 578 000
14	YouTube	6 895 000
15	Skyrock Network (5)	6 464 000
16	Dailymotion	6 432 000
17	01net. Network (5)	5 898 000
18	aufeminin.com Network (5)	5 880 000
19	La Redoute	5 796 000
20	voyages-sncf.com	5 775 000
21	ViaMichelin	5 617 000
22	Fnac	5 454 000
23	Meteo France	5 397 000
24	Lycos Europe	5 134 000
25	Groupe 3SI	5 076 000
26	impots.gouv.fr	5 061 000
27	Doctissimo Network (5)	4 997 000
28	France Televisions	4 984 000
29	Cdiscount.com	4 950 000
30	M6 Network (5)	4 816 000

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Juin 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	21 600 000
2	MSN/Windows Live	17 807 000
3	Microsoft	16 216 000
4	Orange	15 181 000
5	Free	14 012 000
6	Yahoo!	11 203 000
7	PagesJaunes	11 081 000
8	eBay	9 916 000
9	Voila	8 277 000
10	TF1 Network (5)	8 225 000
11	Mappy	8 083 000
12	Wikipedia	7 910 000
13	L Internaute Magazine	7 578 000
14	YouTube	6 895 000
15	Skyrock Network (5)	6 466 000
16	Dailymotion	6 432 000
17	AOL Media Network (5)	6 024 000
18	01net. Network (5)	5 898 000
19	aufeminin.com Network (5)	5 880 000
20	La Redoute	5 796 000
21	voyages-sncf.com	5 775 000
22	eMule	5 713 000
23	ViaMichelin	5 617 000
24	Fnac	5 454 000
25	Meteo France	5 397 000
26	Lycos Europe	5 134 000
27	Apple	5 085 000
28	Groupe 3SI	5 076 000
29	impots.gouv.fr	5 061 000
30	Doctissimo Network (5)	4 997 000

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues [2]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France – Juin 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [3]	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion [4]
1	Google	21 575 000
2	MSN/Windows Live	14 895 000
3	Orange	14 652 000
4	PagesJaunes	11 081 000
5	Yahoo!	10 903 000
6	Voila	8 277 000
7	TF1 Network [5]	8 225 000
8	Mappy	8 083 000
9	L Internaute Magazine	7 578 000
10	YouTube	6 895 000
11	Skyrock Network [5]	6 464 000
12	Dailymotion	6 432 000
13	01net. Network [5]	5 898 000
14	aufeminin.com Network [5]	5 880 000
15	La Redoute	5 796 000
16	Lycos Europe	5 134 000
17	Groupe 3SI	5 076 000
18	Doctissimo Network [5]	4 997 000
19	France Televisions	4 984 000
20	M6 Network [5]	4 816 000
21	Alice	4 747 000
22	Bestofmedia Network [5]	4 724 000
23	AlloCine	4 339 000
24	AOL Media Network [5] (*)	4 133 000
25	commentcamarche.net	3 738 000
26	Le Monde	3 344 000
27	LeGuide.com Network [5]	3 010 000
28	Clubic.com	2 737 000
29	Le Figaro	2 719 000
30	Prisma Presse (G+J) Network [5]	2 588 000
31	SFR	2 529 000
32	Le Journal du Net	2 351 000
33	Cityvox	2 275 000
34	lastminute.com Network [5]	2 068 000
35	Boursorama Network [5]	2 066 000
36	Expedia	2 060 000
37	nouvelobs.com	2 027 000
38	Groupe Express-Expansion Network [5]	1 963 000
39	Caradisiac	1 885 000
40	RATP	1 785 000
41	Alapage	1 781 000
42	Shopping.com Network [5]	1 573 000
43	RTL Network [5]	1 541 000
44	Evene.fr	1 391 000
45	Liberation	1 375 000
46	seloger.com network [5]	1 346 000
47	ZDNet	1 333 000
48	CNET Networks [5] Entertainment	1 269 000
49	Magicmaman.com NetWork [5]	1 262 000
50	Sports.fr Network [5]	1 247 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[(1)] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [(6)] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[(2)] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[(3)] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[(4)] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[(5)] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[(6)] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L'Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : losmanian@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr